

RAPPORT 2021 DE L'ACTIVITE NUMERIQUE DES PARLEMENTAIRES

TROOVER

Résumé

 **75 %** des députés comptabilisent moins de 1.000 recherches en moyenne par mois sur le moteur de recherche et **6 députés n'ont fait l'objet d'aucune recherche** en 2021 sur Google !



1. **Marine Le Pen** : 246.000 recherches / mois
2. **Jean-Luc Mélenchon** : 90.500 recherches / mois
3. **Coralie Dubost** : 60.500 recherches / mois



WIKIPÉDIA
L'encyclopédie libre

En moyenne, la page Wikipédia d'un député français a été **consultée 21.160 fois en 2021**, soit un peu moins de 60 consultations par jour. Pour **4 députés leur page Wikipédia a été consultée moins de 10 fois par semaine en 2021**.



1. **Jean-Luc Mélenchon** : 851.185 pages vues
2. **Marine Le Pen** : 799.141 pages vues
3. **Éric Ciotti** : 578.672 pages vues



On dénombre **135.000 articles** dans la presse française citant au moins un député en 2021, sachant que certains articles mentionnent plusieurs élus. **Un député français est cité en moyenne dans 230 articles dans l'année** mais 73 % d'entre eux comptabilisent moins de 150 articles.



1. **Marine Le Pen** : + de 10.000 articles
2. **Jean-Luc Mélenchon** : + de 10.000 articles
3. **Éric Ciotti** : 7.314 articles



72,31 % des députés disposent d'un site Internet personnel (85,34 % en ".fr"). Ils sont en moyenne classés dans les moteurs de recherche pour **275 mots clés** et une moyenne de **500 visiteurs mensuels**. 15 parlementaires se dénotent avec un trafic estimé nul ou quasi nul.



1. **Jean-Luc Mélenchon** : 100.582 visiteurs / mois
2. **Didier Le Gac** : 18.335 visiteurs / mois
3. **Florence Lasserre** : 10.245 visiteurs / mois

facebook

Plus de **98,5 %** des députés français sont présents sur Facebook ; Seuls **9 députés en sont absents**. 86,45 % des députés présents sur Facebook le sont à travers une page qui dispose en moyenne de **14.500 abonnés**. Seulement 18% des élus disposent du badge de page ou profil officiel.



1. **Marine Le Pen** : 1.600.000 abonnés
2. **Jean-Luc Mélenchon** : 1.300.000 abonnés
3. **François Ruffin** : 683.000 abonnés



95 % des députés sont présents sur Twitter et seuls **24 députés n'y figurent pas**. 77 % d'entre eux disposent du badge de compte certifié, sachant qu'un député écrit en moyenne **2 tweets par jour**.



1. **Aurore Bergé** : 3.197 tweets
2. **Valérie Petit** : 3.031 tweets
3. **Adrien Quatennens** : 2.968 tweets



77 % des députés disposent d'une chaîne sur YouTube, auxquels s'ajoutent trois députés qui ont choisi une plateforme concurrente, avec une moyenne de 2.697 abonnés, mais 45% d'entre eux publient moins d'une vidéo par mois.



1. **Nicolas Dupont-Aignan** : 2.611 vidéos
2. **Jean-Luc Mélenchon** : 1.243 vidéos
3. **Danièle Obono** : 949 vidéos



Deux tiers des députés français disposent d'un compte Instagram (**66,32 %**), avec une activité très variable, une tendance de 1,6 publication par jour et une moyenne de **3.685 abonnés**.



1. **Didier Baichère** : 6.048 publications
2. **Martial Saddier** : 4.805 publications
3. **Vincent Ledoux** : 3.300 publications



Près de 65 % des députés français sont présents sur LinkedIn, 62 % y sont actifs et 80 % y comptent plus de 500 relations.



1. **Mounir Mahjoubi** : 36.734 abonnés
2. **Benjamin Griveaux*** : 29.239 abonnés
3. **Romain Grau** : 25.994 abonnés

* : dont les mandats se sont arrêtés en 2021



Telegram

35 députés proposent de suivre leur activité via un groupe Telegram avec une moyenne de **861 membres**.



1. **François Ruffin** : 6.455 membres
2. **Jean-Luc Mélenchon** : 5.788 membres
3. **Marine Le Pen** : 5.744 membres



17 députés français sont présents sur TikTok, 7 y sont véritablement actifs et 3 seulement disposent d'un compte vérifié.




1. **Jean-Luc Mélenchon** : 17.000.000 j'aime
2. **Marine Le Pen** : 1.800.000 j'aime
3. **Françoise Ballet-Blu** : 1.300.000 j'aime










Présence globale

Pour la plupart (34,87%), **les députés français sont présents sur cinq réseaux sociaux**. Près de 3 députés sur 4 disposent d'un site Internet et 60 % des députés y ajoute une présence sur Twitter, Facebook et YouTube.










Méthodologie

Nous avons analysé la présence en ligne de **585 députés** (559 députés ayant exercé un mandat plein en 2021, 16 ayant clôturé leur mandat en 2021 et 10 ayant débuté leur mandat en 2021). Pour cela nous avons mené des investigations en sources ouvertes (OSINT) sur les différents médias sociaux et différents moteurs de recherche.












Jean-Luc Mélenchon :         









Dispose d'un site Web, présent et actif sur 8 médias sociaux, seul député présent sur Twitch









François Ruffin :         

Dispose d'un site Web, présent et actif sur 8 médias sociaux, seul député présent sur Reddit









Françoise Ballet-Blu :         








Dispose d'un site Web, présente sur 8 médias sociaux, active sur 7, inactive sur Pinterest









Éric Ciotti :        









Marine Le Pen :        








Disposent d'un site Web, présents et actifs sur 7 médias sociaux

Sonia Krimi :        

Ugo Bernalicis :       

Dimitri Houbron :        

Pacôme Rupin :        

Cédric Villani :        

Disposent d'un site Web, présents sur 7 médias sociaux, actifs sur 6, inactifs sur Pinterest

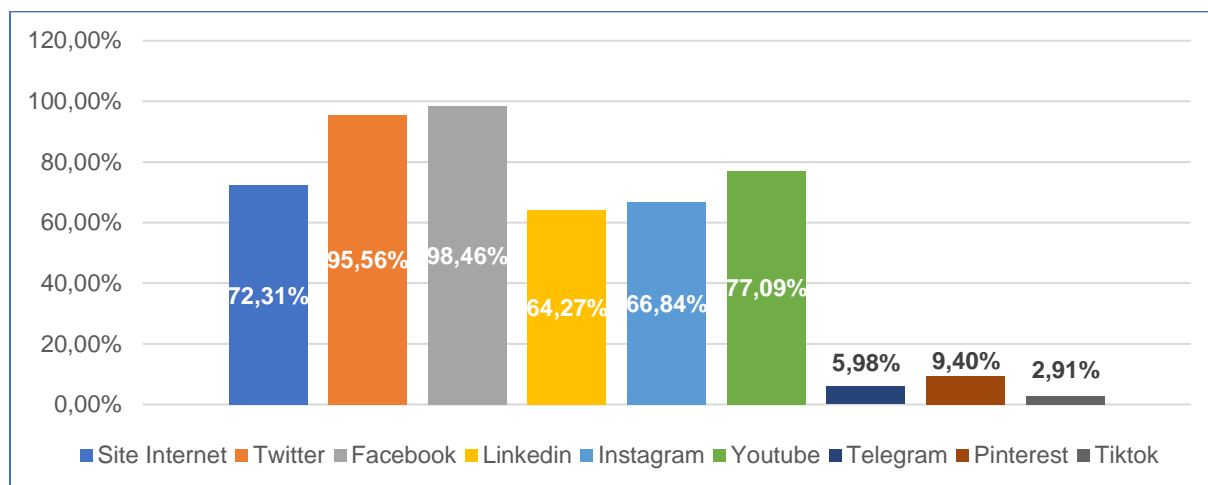
Top 10 des députés français les plus présents sur les réseaux sociaux en 2021.

On peut rajouter à ce Top 10 :

- Vincent Ledoux :        , présent sur 7 médias sociaux, actif sur 5, inactif sur YouTube et Pinterest et ne disposant pas d'un site Web
- Erwan Balanant :       , seul député actif sur Pinterest, bien qu'il n'y fasse pas référence à son mandat de député

Un seul député, est absent de tous les réseaux sociaux. Frédéric Reiss, dispose toutefois d'un site Internet régulièrement mis à jour. On peut lui associer un autre député,

Bernard Brochand, présent que sur Facebook mais inactif depuis 2019. Doyen d'âge de l'Assemblée Nationale, il dispose lui aussi d'un site Internet actualisé régulièrement.



Répartition des députés français
par media social.

Cette étude est disponible en deux formats :

- Le **Rapport 2021 de l'activité numérique des parlementaires**
Chiffres globaux pour chaque indicateur, noms des députés présents dans les Top 10 et bas de classements pour chaque indicateur
PDF, 54 pages, Gratuit, [disponible en ligne](#)
- Une **Analyse nominative détaillée de l'activité numérique d'un parlementaire**
Sur commande avec des indicateurs personnalisés
Sur mesure, 240 € HT, Bon de commande joint ou [en ligne](#)

Méthodologie

Spécialistes de la recherche d'information (OSINT), l'intelligence économique et la veille en sources ouvertes et forts de plus de 20 ans d'expérience, nous avons mis au point une méthode de recherche d'informations et de veille en sources ouvertes.

2022 étant une année électorale et le début de l'année souvent propice aux bilans, il nous a semblé opportun d'analyser l'activité parlementaire sur l'année passée, à partir d'informations disponibles en sources ouvertes. Nous avons donc identifié les indicateurs qui nous paraissaient les plus pertinents et pour chaque député, collecté les informations disponibles. Nous n'avons retenu pour cette étude que des sources officielles et fiables.

Pour chaque député, nous avons analysé leur présence et activité sur différents médias et canaux. Nous avons ressorti dans l'étude les chiffres globaux pour chaque indicateur et nominativement les Top 10 et bas de classements. Pour cela nous avons mené des investigations en sources ouvertes (OSINT) sur les différents médias sociaux et différents moteurs de recherche. Ainsi, seuls les députés se démarquant dans les tops 10 ou en bas de classements sont mentionnés dans cette étude. Une analyse nominative détaillée de l'activité numérique d'un parlementaire peut être commandé avec des indicateurs personnalisés (Bon de commande page 50 ou [en ligne](#))

Grâce à une parfaite maîtrise de la Toile et une utilisation régulière de plusieurs centaines d'outils de recherche et de veille, nous avons développé une méthodologie, alliant investigation manuelle et des recherches automatiques. Ainsi, notre équipe utilise de façon optimale plusieurs centaines d'outils professionnels ou spécialisés de recherche d'information et de veille sur Internet, notamment grâce à des partenariats techniques conclus avec plusieurs éditeurs de logiciels.

Cette méthodologie s'appuie sur des investigations approfondies sur le web visible et invisible, scrutant les sources formelles (sites institutionnels, presse en ligne, etc.), mais aussi informelles (sites non-officiels, blogs, pages personnelles, forums, listes de discussion et de diffusion, médias sociaux, wikis, canaux de marketing viral, etc.)

Nous travaillons avec notre propre système d'investigations et de veille conçu à l'aide d'outils automatiques complétés par des investigations manuelles. Nous avons par ailleurs mis en place un système de mesure d'audience applicable sur tout type de source, calculée en fonction de plusieurs critères de crédibilité, de légitimité et de visibilité de la source.

Nous sommes donc en mesure d'accompagner toute structure pour la mise en place de dispositif d'investigations et de veille en ligne, de la définition du périmètre à la construction des livrables, en passant par le choix des outils, leur paramétrage, etc.

Analyse personnalisée sur un député

Nous proposons une **analyse personnalisée sur un député** qui détaille :

- Google : Volume de recherche, valeur, position par rapport aux autres députés, mots clés associés, évolution mensuelle, analyse et recommandations
- Wikipédia : Statistiques de consultation de son article, nombre de modifications, position par rapport aux autres députés, évolution mensuelle, analyse des principales modifications, analyse et recommandations
- Presse : nombre d'articles, répartition par type de presse, position par rapport aux autres députés, analyse
- Facebook : Analyse du profil ou de la page, nombre d'abonnés, comparaison par rapport aux autres députés, recommandations
- Twitter : Nombre de tweets, pourcentage de retweets, moyenne de tweets par jour, nombre d'abonnés, principaux abonnés influents, principaux hashtags utilisés, meilleurs tweets, positionnement par rapport aux autres députés, analyse et recommandations
- YouTube : Analyse de la chaîne, nombre d'abonnés, nombre de vidéos, nombre de vues de la chaîne, positionnement par rapport aux autres députés, recommandations
- Instagram : Analyse du compte, nombre d'abonnés, nombre de publications, comparaison par rapport aux autres députés, recommandations
- LinkedIn : Analyse du profil, positionnement par rapport aux autres députés, recommandations, nombre de relations, nombre d'abonnés
- Présence sur d'autres médias sociaux
- **Recommandations** générales par les consultants de notre filiale InMédiatic, dédiée à la communication d'influence et de mobilisation en ligne

**Cout : 240 € HT
par député**

BON DE COMMANDE

Député souhaité

NOM, Prénom :

Circonscription :

Envoi

Email :

Facturation

Organisation :

NOM, Prénom :

Adresse :

Bon de commande à envoyer par mail à : AN2021@troover.com - Règlement par virement

Troover

TROOVER est une société spécialisée dans la recherche d'information structurée, en sources ouvertes (OSINT), l'intelligence économique et la veille pour le compte des entreprises et administrations. Nous intervenons à tous les niveaux du cycle de la maîtrise de l'information :

collecte - traitement – diffusion

Ainsi, nous réalisons des prestations sur-mesure, de façon adaptée aux besoins réels de chaque client. Elles peuvent être également l'objet d'un détachement de consultants, en régie ou forfait :

- centre de **formation** agréé, TROOVER propose des formations à la gestion de l'information sur Internet : structuration de l'information sur le Web, méthodes de recherche d'informations (OSINT) et de veille sur Internet, mise en place de cellule d'intelligence économique, référencement, etc.
- réalisation de **recherches personnalisées** ponctuelles ou régulières (recherche de sites, dossiers thématiques, monographies sur les personnes physiques ou morales, analyses sectorielles, études concurrentielles, audits de référencement de site Internet, benchmarking de stratégies Internet, etc.)
- **veille** active automatique et humanisée sur Internet (surveillance de sites institutionnels, sites non officiels, pages persos, forums, presse en ligne, etc. ; veille concurrentielle, étude de retombées, veille marketing, analyse de rumeurs, suivi d'actualité, etc.)
- **conseils** et accompagnement, pour toute réalisation relative à la gestion de l'information en ligne (rédaction de cahier des charges, accompagnement dans la conduite de projets Internet, audits de sites, mise en place de cellule de veille, dispositif d'intelligence économique, fourniture de solutions logicielles, etc.)

Constituée depuis le 1^{er} décembre 2000, TROOVER est une société leader en France. Son actionnariat est uniquement composé de personnes physiques, TROOVER n'est rattaché à aucun groupe lui assurant ainsi une **indépendance totale**. Depuis fin 2018, Troover dispose d'un bureau à Casablanca (Maroc).

De nombreuses entreprises et administrations de secteurs divers et d'effectifs variés nous font déjà confiance :

MINISTERE DE LA DEFENSE, CAISSE DES DEPOTS ET CONSIGNATION, CONSEIL REGIONAL DE LA REUNION, IBO FORMATIONS, COLLEGE INTERARMEES DE DEFENSE, BOUYGUES IMMOBILIER, ON TOP AVIATION, GROUPE CEGOS, MINISTERE DE L'INTERIEUR, UNIVERSITE PARIS II, GROUPAMA, IUT DE SAINT DENIS, DELEGATION GENERALE A L'ARMEMENT, ECOLE SUPERIEUR DE LA MODE, FRANCE TELECOM, LVMH, SIRPA GENDARMERIE, ADECCO, VILLE DE DREUX, GLMC IMPRIMERIE, ETAT-MAJOR DE L'ARMEE DE TERRE, HAYS ALPHA TRAVAIL TEMPORAIRE, MISSION ECOTER, LABORATOIRES PIERRE FABRE, EPIES SENEGAL, AFPA, OENOVA, IUT DE PARIS, LE BIEN PUBLIC, CONSEIL GENERAL DU VAL D'OISE, AEROKART, GROUPE IDG, MARINE NATIONALE, SENAT, BASILE STRATEGIE, ETC.

Une société leader dans son secteur

<u>Raison sociale</u> :	Troover
<u>Siège social</u> :	21, Avenue du général de Gaulle, France
<u>Création</u> :	Décembre 2000
<u>Forme</u> :	Société à Responsabilité Limitée (SARL)
<u>Etablissement</u> :	Casablanca (Maroc) depuis 2018
<u>Activité</u> :	Gestion de l'information, intelligence économique, veille, stratégie de guerre de l'information et d'influence

L'équipe

François JEANNE-BEYLOT, gérant fondateur de la société, rassemble autour de lui une petite équipe de **consultants** et de **veilleurs**. Spécialistes de la gestion de l'information, ils rassemblent plusieurs compétences : recherche d'information, intelligence économique, veille, capitalisation des connaissances, travail collaboratif, analyse et traitement de l'information, validation des sources, intelligence territoriale, communication et influence sur Internet. Ces équipes sont réparties sur nos deux bureaux en France (Vanves, 92) et au Maroc (Casablanca).

Plus de 20 ans d'expérience

Créée en décembre 2000, la société Troover, capitalise de nombreuses références dans le domaine de veille et de l'intelligence économique en France et à l'étranger. Reconnue pour son professionnalisme, son agilité et son indépendance, Troover a su se faire un nom dans le secteur de l'intelligence économique et de la veille dominé par de gros acteurs.

Une filiale spécialisée dans l'influence et la notoriété sur Internet

En 2007, Troover a créé InMédiatic (www.inmediatic.net), une agence spécialisée dans l'influence, la notoriété et la mobilisation sur Internet. Longtemps associée à différentes agences de RP puis de communication, InMédiatic est aujourd'hui une filiale à 100 % de Troover en faisant un des rares cabinets à proposer des prestations conjointes et coordonnées de veille et d'influence en ligne, allant de la formation à l'externalisation en passant par toutes les étapes de l'accompagnement.



Partenariats

TROOVER a tissé un réseau de partenaires à travers une chaîne de prestataires complémentaires sur les différents métiers d'Internet, de la gestion de l'information, du référencement ou de la formation. Ainsi, Troover est partenaire de l'**Ecole de Guerre Economique** et de l'AEGE, le réseau d'experts en intelligence économique. Tout en conservant son indépendance, Troover a construit également des partenariats techniques avec des **éditeurs de logiciels**. Ceci permet de développer des formations spécifiques sur l'utilisation de leurs produits agréées par les éditeurs.